Blindtest: Methode erkennt B2B-Themen im Median neun Monate vor dem Markt

Studie mit 832 Empfehlungen in sechs Branchen: 44 % der ausgewählten Themen traten ein, in der Kontrollgruppe 28 %

Kissing, 4. November 2026 – Welche Themen wird eine Branche in einem Jahr diskutieren? Bureau Wehrmann / WMNN hat seine Methode zur Früherkennung von B2B-Themen in einem rückwirkenden Blindtest geprüft. An sechs Stichtagen zwischen Januar 2024 und April 2025 wählte die Methode B2B-Themen aus, und zwar nur aus Quellen, die zu diesem Zeitpunkt öffentlich waren. Zwölf Monate später waren 44 % dieser Themen eingetreten. Themen aus denselben Quellen ohne die Auswahl der Methode kamen auf 28 %. Im Median war die Methode neun Monate vor dem Mainstream.

44 %	28 %	9 Monate
der ausgewählten Themen sind eingetreten	in der Kontrollgruppe	Median-Vorsprung

Der Abstand zeigte sich in allen sechs untersuchten Branchen, von Banken und Versicherungen bis zu Industrie und Energie. Das Kriterium war streng: Ein Thema zählte nur, wenn es in mindestens zwei von drei öffentlichen Kanälen stieg – Suchinteresse, Nachrichtenlage und Fach-Community. Die Methode steckt in plinio TL, einer Plattform für vorausschauende Thought Leadership. Sie macht aus jedem Thema eine nachprüfbare Vorhersage mit Erfolgs- und Misserfolgskriterium und schreibt quellengeprüfte Fachbeiträge in der Stimme des Unternehmens.

> *„Thought Leadership scheitert selten am Schreiben, sondern daran, dass zu spät veröffentlicht wird. Wer erst schreibt, wenn ein Thema im Mainstream auftaucht, schreibt gegen alle anderen und muss sich Wahrnehmung teuer erkaufen. Unser Blindtest zeigt, dass wir mit unserer Methode und plinio TL früher sind als der Markt. Das haben wir gegen eine Kontrollgruppe und mit bewusst strengen Kriterien getestet.“*
>
> Dennis Wehrmann, Gründer von Bureau Wehrmann / WMNN

Veröffentlicht im November 2026 von Bureau Wehrmann / WMNN · getplinio.com/de/study/

DER BERICHT

Wie früh lassen sich B2B-Themen erkennen?

Ein rückwirkender Blindtest mit 832 messbaren Empfehlungen in sechs Branchen. An sechs vergangenen Stichtagen zwischen Januar 2024 und April 2025 wählte eine Methode Themen aus, und zwar nur aus Quellen, die zu diesem Zeitpunkt öffentlich waren. Zwölf Monate später entschieden öffentliche Messgrößen, welche Themen eingetreten sind.

Die wichtigsten Ergebnisse

01 Von der Methode ausgewählte Themen traten in 44 % der Fälle ein. Themen aus denselben Quellen ohne die Auswahl der Methode kamen auf 28 %.

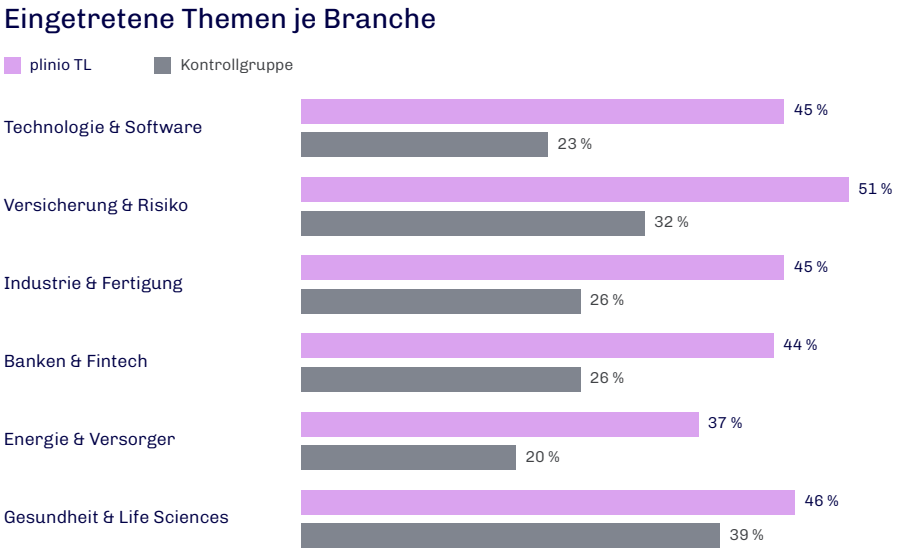
02 Der Abstand zeigte sich in allen sechs Branchen, von 7 Prozentpunkten in Gesundheit und Life Sciences bis 22 in Technologie und Software.

03 Wo ein ausgewähltes Thema eintrat, war die Methode im Median 9 Monate vor dem Mainstream.

04 Das Erfolgskriterium war streng: Ein Thema zählte nur als eingetreten, wenn es in mindestens zwei von drei öffentlichen Kanälen stieg – Suchinteresse, Nachrichtenlage und Fach-Community.

05 Die 44 % sind deshalb eine Untergrenze. Viele B2B-Themen setzen sich zuerst in Fachmedien, Analystenberichten und Konferenzprogrammen durch, und die misst der Test nicht.

Ergebnisse je Branche



Quelle: plinio TL, rückwirkender Blindtest 2024–2025, getplinio.com/de/study/

BRANCHE	PLINIO TL	KONTROLLGRUPPE	ABSTAND	MEDIAN-VORSPRUNG
Technologie & Software	45 %	23 %	+22 Pkt.	10 Monate
Versicherung & Risiko	51 %	32 %	+19 Pkt.	8 Monate
Industrie & Fertigung	45 %	26 %	+19 Pkt.	9 Monate
Banken & Fintech	44 %	26 %	+18 Pkt.	9+ Monate
Energie & Versorger	37 %	20 %	+17 Pkt.	9 Monate
Gesundheit & Life Sciences	46 %	39 %	+7 Pkt.	8 Monate
Sechs Branchen gepoolt	44 %	28 %	+16 Pkt.	ca. 9 Monate

Rückwirkender Blindtest 2024–2025 · strenge Messung · interaktive Ansicht und Details je Branche auf der Methodik-Seite (getplinio.com/de/proof/#industries).

So lief der Test

01

Sechs Stichtage

Zwischen Januar 2024 und April 2025. An jedem Datum sah die Methode nur, was bis dahin öffentlich war.

02

Auswahl

Aus diesen Quellen wählte die Methode Themen aus, jeweils mit Begründung und Quellenliste.

03

Kontrollgruppe

Themen aus denselben Quellen und demselben Modell, ohne die Auswahl der Methode. Etwaiges Vorwissen hilft beiden Gruppen gleich.

04

Messung

Zwölf Monate später maß ein getrenntes Verfahren jedes Thema in drei öffentlichen Kanälen. Themen ohne messbares Signal wurden ausgeschlossen.

Grenzen der Studie

- ✓ Es ist ein rückwirkender Test: Er zeigt, was die Methode an vergangenen Stichtagen ausgewählt hätte.
- ✓ Im Test arbeitete die Methode mit einem typischen Profil je Branche, nicht mit einem bestimmten Unternehmen.
- ✓ Neuere Stichtage schnitten in beiden Gruppen besser ab. Aussagekräftig ist der Abstand zur Kontrollgruppe, nicht die absolute Quote.
- ✓ Sechs Branchen sind validiert. Vier weitere laufen in explorativen Tests, weil die historischen Quellen sie unterrepräsentieren.

Für Journalistinnen und Journalisten

Die Studie auf einen Blick

DESIGN	Rückwirkender Blindtest mit Kontrollgruppe
ZEITRAUM	Sechs Stichtage, Januar 2024 bis April 2025; Messung jeweils zwölf Monate später
UMFANG	832 messbare Empfehlungen
BRANCHEN	Technologie & Software, Versicherung & Risiko, Industrie & Fertigung, Banken & Fintech, Energie & Versorger, Gesundheit & Life Sciences
ERFOLGSKRITERIUM	Anstieg in mindestens zwei von drei öffentlichen Kanälen: Suchinteresse, Nachrichtenlage, Fach-Community
HERAUSGEBER	Bureau Wehrmann / WMNN, November 2026

Zitiervorschlag

> Bureau Wehrmann / WMNN (2026): Wie früh lassen sich B2B-Themen erkennen? Ein rückwirkender Blindtest mit plinio TL. getplinio.com/de/study/

Grafiken und Bericht

REPORT (PDF)
getplinio.com/study/plinio-tl-blind-test-2026-de.pdf

CHART (SVG)
getplinio.com/study/chart-de.svg

CHART (PNG)
getplinio.com/study/chart-de.png

Abdruck honorarfrei mit der Quellenangabe „plinio TL / Bureau Wehrmann“. Wir freuen uns über einen Beleg.

Pressekontakt

Dennis Wehrmann
Gründer, Bureau Wehrmann / WMNN

info@getplinio.com
+49 8233 7395511

Über Bureau Wehrmann / WMNN

Bureau Wehrmann / WMNN ist eine B2B-Kommunikationsagentur bei Augsburg mit über 20 Jahren Praxis. Sie entwickelt plinio TL, eine Plattform für vorausschauende Thought Leadership.